

2008年中国卫浴设备行业研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2008年中国卫浴设备行业研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2861428614.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

内容简介经过近年来的迅速发展，中国已经成为了世界上最大的卫浴设备生产国和消费国，中国卫浴洁具占世界总量的30%，卫浴配件也几乎占了世界总量的35%左右。中国出口欧洲、美国、日本、韩国、中东等地的产品每年以50%的速度增长。当前，国内的卫浴产业主要集中在东南沿海发达地区，广东开平、浙江温州、福建南安是目前国内三大卫浴产业集群地。从2007年的情况看，卫浴行业发展的外部环境也发生了根本改变。除了辐射标准、出水量的控制外，还有取消出口退税、房地产销量下降、销售的压力急剧加大等因素，国家对耗能等方面的硬性限制，对行业发展而言更是雪上加霜。国家的这些政策对行业内20位以外的企业压力更大。另外由于原材料价格的不断上涨等原因，导致全国各地的卫浴产品的价格战再次掀起。当前国内卫浴行业的发展存在着一个最大的“软肋”，那就是缺少品牌，国内卫浴企业要在愈演愈烈的竞争国际化的市场中分享一杯羹，需要好好地设计，提高企业决策、技术创新、合作意识到设计、质量、服务、品牌等运作能力。作为国内高端消费的五星级宾馆对卫浴消费为什么会选择国外品牌卫浴产品，而舍去国内物美价廉的卫浴品牌产品？这是一个国内卫浴业不得不深思和面对的残酷现实。国内企业粗放式经营、设计粗糙、质量监控不严密、企业行业不规范，导致大批量生产的卫浴产品质量不稳定，服务滞后等都是铁铮铮的事实。在消费市场上，可以看到在卫浴产品的概念上，消费者已经远远突破过去的传统观念。作为现代化生活的标志性用品，它已经进入人们生活的方方面面。对于其功能，消费者不仅要求具有其卫生与清洁功能，还要求集保健功能、欣赏功能、科技、以及娱乐功能于一体。从消费者的消费趋势来看，在未来的市场上，卫浴行业将呈现出品种多样化的发展趋势是不言而喻的。设计风格从单纯的使用价值逐渐简洁大方，愈发注重使用性和审美性的结合，从重外观到重功能卖点，从多功能到实用型，并且在时尚、休闲、科技、功能的基础上融入个性、自然和谐、人性关怀的卫浴空间。如何用不同个性的浴室来展示不同主人的个性生活方式？如何将简单和谐美引入卫浴环境？如何将人文关怀融入卫浴设计中？将越来越受消费者和企业关注。近年来，竞争激烈的卫浴行业，迎来了越来越多的国际对手。为了争抢中国市场这块巨大蛋糕，国际建材巨头纷纷在中国投资建厂，国内企业也将销售重点由国际市场转向国内。世界十大卫浴品牌已有8家在中国设厂或贴牌。从专卖店、到旗舰店、到体验馆，究竟是企业营销的概念炒作还是行业发展的升级和创新？布置越来越精美的体验馆，是否将成为未来陶瓷行业的渠道主流？本研究咨询报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国建筑卫生陶瓷工业协会、中国家电工业协会、中国建材报、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及各省市统计局和研究机构公布的大量数据，对中国卫生陶瓷市场的发展状况、地区分布、进出口状况、进行了详细研究。根据中国房地产行业总体和主要地区发展情况，预测了未来卫生陶瓷市场的需求规模，并对卫浴设备领先企业进行了重点、细致的分析。报告还对热水器、浴霸等卫浴电器市场现状、竞争格局以及未来发展趋势进行了分析论述，是卫浴设备市场相关生产企业、经营企业、研究机构等单位准确了解目

前中国卫浴市场发展动态、把握卫浴市场发展方向、制定市场策略的重要决策参考依据。目录CONTENTS

第一部分 行业发展概况第一章 卫浴设备行业概况 1

第一节 卫浴设备基本知识 1一、卫浴市场的定义 1二、卫浴市场的分类 1三、卫生洁具产业特点 2

第二节 国际卫浴设备行业发展分析 3一、国外特种陶瓷发展动向 3二、美国卫生洁具发展趋势 6三、俄罗斯卫生洁具销量分析 7四、法国卫浴行业发展分析 8

第二章 卫浴设备相关行业发展分析 10第一节 房地产行业发展分析 10一、2007年房地产政策回顾 10二、2007年房地产市场分析 19三、房地产企业竞争力分析 24四、2008年房地产市场预测 34五、房地产对卫浴行业影响 35

第二节 建材行业发展分析 36一、2007年1-10月建材行业运行分析 36二、卫浴五金行业进入新竞争时代 39三、2007年1-10月重点建材企业状况 41四、2008年建材企业发展预测 74五、2007建材装修行业政策分析 75

第三节 陶瓷行业发展分析 78一、建筑陶瓷企业发展瓶颈 78二、陶瓷业市场转型分析 82三、陶瓷墙地砖机遇与挑战 84四、陶瓷业生产评价指标体系 87五、2008年陶瓷业期待新技术 88

第二部分 行业发展现状第三章 中国卫浴设备行业发展分析 91第一节 中国卫浴设备发展现状 91一、中国卫浴设备行业地位分析 91二、卫浴企业在震荡中发展 91三、影响卫浴价格的因素分析 93四、高端卫浴市场欧系品牌分析 94五、酒店卫浴市场分析 96

第二节 中国卫浴设备行业存在的问题分析 98一、各档定位参差不齐 98二、产品扩展漫无边际 98三、洁具各类认证泛滥 99四、国内卫浴产品贸易壁垒 101五、卫浴配套产品质量亟待提升 102

第三节 卫浴设备消费市场分析 104一、卫浴消费向奢侈化挺进 104二、卫浴设备消费观念改变 105三、卫浴洁具消费两极分化 107四、贷款消费新趋势分析 109

第三部分 行业市场运行第四章 中国卫浴设备市场运行分析 111第一节 陶瓷卫浴设备市场分析 111一、2007年卫浴设备流行亮点 111二、陶瓷卫浴抄袭风的影响 112三、陶瓷卫浴产品差价悬殊 113四、陶瓷卫浴“马太效应”分析 115

第二节 卫生陶瓷经济运行分析 117一、2007年1-10月卫生陶瓷全国产量统计 117二、2007年1-8月陶瓷制品企业销售排名 118三、2007年1-8月陶瓷制品企业经济指标 119四、2007年1-10月卫浴设备进出口统计 158

第三节 中国卫浴设备区域市场分析 163一、北京卫浴市场分析 163二、沈阳卫浴市场商机分析 164三、广东江门卫浴产业优化升级 165四、重庆洁具市场成本变化分析 166五、水口镇卫浴产业发展综述 167六、新疆建陶产业发展分析 167

第五章 卫浴产品市场分析 171第一节 水龙头市场分析 171一、2007年水龙头产品流行分析 171二、国内水龙头市场现状分析 172三、古典双把水龙头的流行 173四、我国水龙头产业基地 174五、水龙头知名企业分析 176

第二节 热水器市场发展分析 182一、2007年热水器政策解读 182二、2007年热水器市场分析

- 188三、太阳能热水器销售模式分析
- 200五、2007年1-10月电热水器进出口
- 209一、整体卫浴设计优势解析
- 210三、2008整体卫浴发展预测
- 213一、多功能淋浴房销售火爆
- 217四、电脑淋浴房市场分析
- 220一、节水马桶的基本分类
- 224四、艺术马桶家居风潮袭来
- 卫浴设备其他产品市场分析
- 226二、实木柜洗手盆市场发展预测
- 230四、卫生间配件的现状及趋势
- 行业市场竞争第六章 卫浴设备市场竞争分析
- 245一、卫浴市场格局的变化
- 245三、卫浴行业价格竞争分析
- 251五、卫浴市场未来竞争方式
- 253一、关于时尚安全的竞争
- 255三、瓷砖卫浴联手争夺市场
- 257一、洋品牌迫使国内卫浴市场升级
- 259三、日本伊奈军北京卫浴市场
- 260一、国货产品与洋品牌之间的较量
- 262三、中国陶瓷品牌进军国际市场
- 日本TOTO企业
- 269第二节 科勒企业分析
- 274三、公司在中国发展策略
- 293二、公司旗舰店状况
- 台湾和成企业
- 304第五节 乐家企业
- 重庆四维瓷业(集团)股份有限公司
- 311三、公司发展目标
- 323一、公司简介
- 329第八节 佛山鹰牌卫生洁具
- 334三、公司发展引发的思考
- 338二、公司发展动态
- 广州海鸥卫浴用品股份有限公司
- 343三、公司TMS模式
- 197四、2007年1-10月燃气热水器产量
- 204第三节 整体卫浴市场分析
- 209二、《住宅整体卫浴间》解读
- 211第四节 淋浴房市场发展分析
- 213二、淋浴房发展主流分析
- 217三、淋浴房3C认证分析
- 218五、淋浴房安全隐患分析
- 219第五节 马桶市场分析
- 221三、智能马桶引发新一轮革命
- 224五、螺旋式龙头坐便器面临淘汰
- 225第六节
- 226一、2007年1-10月电淋浴器全国产量
- 230三、天然木质浴桶成市场新宠
- 233五、浴霸行业期待“统一标准”
- 243第四部分
- 245第一节 卫浴设备行业竞争现状
- 245二、卫浴品牌竞争问题分析
- 250四、卫浴行业洗牌初步形成
- 252第二节 卫浴设备行业竞争焦点
- 253二、卫浴企业打响“节水战”
- 256第三节 外资卫浴品牌市场入侵分析
- 257二、德国乐伊卫浴登陆临沂分析
- 259第四节 中外卫浴设备市场竞争分析
- 260二、中国卫浴品牌的差距分析
- 265第七章 卫浴设备优势企业分析
- 267第一节
- 267一、公司简介
- 267二、公司产品分析
- 268三、公司中国市场策略
- 271一、公司简介
- 271二、公司整合运营情况
- 276第三节 美标企业
- 293一、公司简介
- 295三、公司卫生间革新
- 296四、公司市场战略变化
- 298第四节
- 301一、公司简介
- 301二、公司产品优势
- 302三、公司经营理念及技术
- 307一、公司简介
- 307二、公司卫浴产品介绍
- 308一、公司简介
- 308二、公司动态
- 312四、公司财务数据
- 316第七节 广东东鹏陶瓷股份有限公司
- 325三、公司发展变局
- 326四、公司品牌战略
- 333一、公司概况
- 333二、公司发展优势
- 336第九节 乐华陶瓷洁具有限公司
- 338一、公司简介
- 339三、箭牌卫浴成功策略
- 341第十节
- 343一、公司简介
- 343二、公司成长性分析
- 346第十一节 广东阿波罗洁具有限公司

354一、公司简介	354二、公司优势分析	355三、公司市场状况	357第五部分
行业发展趋势第八章	卫浴设备发展趋势分析	359第一节	位于设备流行趋势分析
359一、科技卫浴成趋势	359二、节水卫浴的发展	360三、小户型卫浴畅销	
361四、环保卫浴的趋势	362第二节	卫浴设备未来发展走向分析	
364一、木产品将会大有作为	364二、享受与功能合二为一	365三、工业复古风的流行	
367四、透明卫浴颠覆传统	368第三节 卫浴设备设计趋势分析	369一、卫浴空间设计新动向	
369二、现代卫浴间设计流行	370三、卫浴间的设计风格选择	371第六部分	
行业策略分析第九章	卫浴设备发展营销策略分析	377第一节	卫浴设备市场营销新策略
377一、实践“体验式营销	377二、品牌概念店成为新模式	379三、卫浴品牌特许经营模式	
380四、中小卫浴企业发展之道	384第二节	卫浴品牌塑造优化策略分析	
385一、卫浴品牌塑造存在的问题	386二、卫浴品牌塑造优化建议		
386三、品牌传播在市场中的执行	388第三节	现代洁具企业的竞争策略	
389一、管理竞争策略	389二、服务竞争策略	389三、工艺的竞争策略	
390四、经营的观念竞争策略	390五、卫浴业品牌推广策略	392第十章	
卫浴设备市场投资分析	396第一节	卫浴设备投资经济环境分析	
396一、2007年1-10月工业生产分析	396二、2007年1-10月社会消费分析		
397三、2007年1-10月固定投资分析	398四、2007年1-10月对外贸易分析	400第二节	
卫浴设备投资政策环境分析	406一、节能双向集热卫浴间应用技术规程		
406二、节水型洁具陶瓷生产定点管理细则	407三、节水型生活用水器具标准		
408四、便器节水产品认证实施规则	414第三节	卫浴设备投资机会分析	
416一、投资装饰木材方面	416二、投资外墙材料方面	416三、投资门窗材料方面	
417四、投资管道材料方面	417五、投资填缝材料方面	417六、投资卫浴五金配件	
417图表目录	图表：2007年1-10月土地购置与开发面积趋势图		
19图表	：2007年1-10月房地产开发投资额走势图		
20图表	：2007年1-10月商品房施工、新开工及竣工面积走势图		
21图表	：2007年1-10月商品房销售面积走势图	22图表	：2007年1-10月商品房销售额走势图
22图表	：2007年1-10月商品房销售均价走势图		
23图表	：2007年1-10月全国70个大中城市房屋分类销售价格指数走势		
23图表	：2007年1-10月重点建材工业企业全部从业人员平均人数		
41图表	：2007年1-10月重点建材工业企业工业销售产值		
43图表	：2007年1-10月重点建材工业企业工业总产值		
44图表	：2007年1-10月重点建材工业企业应交增值税		
46图表	：2007年1-10月重点建材工业企业利润总额		
48图表	：2007年1-10月重点建材工业企业利息支出		
50图表	：2007年1-10月重点建材工业企业财务费用		

- 52图表：2007年1-10月重点建材工业企业管理费用
- 54图表：2007年1-10月重点建材工业企业产品销售税金及附加
- 56图表：2007年1-10月重点建材工业企业产品销售费用
- 57图表：2007年1-10月重点建材工业企业产品销售成本
- 59图表：2007年1-10月重点建材工业企业产品销售收入
- 61图表：2007年1-10月重点建材工业企业负债合计
- 63图表：2007年1-10月重点建材工业企业资产合计
- 64图表：2007年1-10月重点建材工业企业固定资产净值平均余额
- 66图表：2007年1-10月重点建材工业企业流动资产平均余额
- 68图表：2007年1-10月重点建材工业企业产成本
- 70图表：2007年1-10月重点建材工业企业应收账款净额
- 71图表：2007年1-10月重点建材工业企业主要经济指标汇总
- 73图表：2007年1-10月卫生陶瓷全国产量统计
- 117图表：2007年2月陶瓷制品制造企业销售收入前十位
- 118图表：2007年5月陶瓷制品制造企业销售收入前十位
- 118图表：2007年8月陶瓷制品制造企业销售收入前十位
- 119图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标全国合计
- 119图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标北京市合计
- 120图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标天津市合计
- 122图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标河北省合计
- 123图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标山西省合计
- 125图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标内蒙古合计
- 126图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标辽宁省合计
- 127图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标吉林省合计
- 129图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标黑龙江合计
- 130图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标上海市合计
- 131图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标江苏省合计
- 133图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标浙江省合计
- 134图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标安徽省合计
- 136图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标福建省合计
- 137图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标江西省合计
- 138图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标山东省合计
- 140图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标河南省合计
- 141图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标湖北省合计
- 142图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标湖南省合计

- 144图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标广东省合计
- 145图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标广西合计
- 147图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标重庆市合计
- 148图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标四川省合计
- 149图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标贵州省合计
- 151图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标云南省计
- 152图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标陕西省合计
- 153图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标甘肃省合计
- 155图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标宁夏合计
- 156图表：2007年1月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计
- 158图表：2007年2月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计
- 158图表：2007年3月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计
- 158图表：2007年4月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计
- 158图表：2007年5月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计
- 159图表：2007年6月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计
- 159图表：2007年7月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计
- 159图表：2007年8月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计
- 159图表：2007年9月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计
- 160图表：2007年10月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计
- 160图表：2007年1月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计
- 160图表：2007年2月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计
- 160图表：2007年3月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计
- 161图表：2007年4月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计
- 161图表：2007年5月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计
- 161图表：2007年6月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计
- 161图表：2007年7月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计
- 162图表：2007年8月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计
- 162图表：2007年9月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计
- 162图表：2007年10月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计
- 162图表：2007年1-10月燃气热水器全国产量
- 200图表：2007年1-10月燃气热水器天津市产量
- 200图表：2007年1-10月燃气热水器辽宁省产量
- 200图表：2007年1-10月燃气热水器吉林省产量
- 201图表：2007年1-10月燃气热水器上海市产量
- 201图表：2007年1-10月燃气热水器江苏省产量

- 201图表：2007年1-10月燃气热水器浙江省产量
- 202图表：2007年1-10月燃气热水器湖南省产量
- 202图表：2007年1-10月燃气热水器广东省产量
- 202图表：2007年1-10月燃气热水器重庆市产量
- 203图表：2007年1-10月燃气热水器四川省产量
- 203图表：2007年1月电热水器进口统计
- 204图表：2007年2月电热水器进口统计
- 204图表：2007年3月电热水器进口统计
- 204图表：2007年4月电热水器进口统计
- 204图表：2007年5月电热水器进口统计
- 205图表：2007年6月电热水器进口统计
- 205图表：2007年7月电热水器进口统计
- 205图表：2007年8月电热水器进口统计
- 205图表：2007年9月电热水器进口统计
- 206图表：2007年10月电热水器进口统计
- 206图表：2007年1月电热水器出口统计
- 206图表：2007年2月电热水器出口统计
- 206图表：2007年3月电热水器出口统计
- 207图表：2007年4月电热水器出口统计
- 207图表：2007年5月电热水器出口统计
- 207图表：2007年6月电热水器出口统计
- 207图表：2007年7月电热水器出口统计
- 208图表：2007年8月电热水器出口统计
- 208图表：2007年9月电热水器出口统计
- 208图表：2007年10月电热水器出口统计
- 208图表：2007年1-10月电淋浴器全国产量
- 226图表：2007年1-10月电淋浴器辽宁省产量
- 226图表：2007年1-10月电淋浴器江苏省产量
- 226图表：2007年1-10月电淋浴器浙江省产量
- 227图表：2007年1-10月电淋浴器福建省产量
- 227图表：2007年1-10月电淋浴器山东省产量
- 227图表：2007年1-10月电淋浴器湖北省产量
- 228图表：2007年1-10月电淋浴器湖南省产量
- 228图表：2007年1-10月电淋浴器广东省产量
- 229图表：2007年1-10月电淋浴器重庆市产量
- 229图表：2007年1-10月电淋浴器四川省产量
- 229图表：日本TOTO公司产品销售构成
- 267图表：日本TOTO公司海外生产基地一览表
- 268图表：和成企业收入构成比例
- 301图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司流动资产表
- 316图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司固定资产表
- 316图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司无形及其他资产表
- 316图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司流动负债表
- 317图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司长期负债表
- 317图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司股东权益表
- 318图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司主营业务收入表
- 318图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司主营业务利润表
- 318图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司营业利润表
- 319图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司利润总额表
- 319图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司净利润表
- 319图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司经营活动产生的现金流量
- 319图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司投资活动产生的现金流量

- 320图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司筹资活动产生的现金流量
- 321图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司每股份指标表
- 321图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司获利能力表
- 322图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司经营能力表
- 322图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司偿债能力表
- 322图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司资本结构表
- 323图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司发展能力表
- 323图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司现金流量分析表
- 323图表：海鸥卫浴发展预测表
- 345图表：海鸥卫浴抵抗外部影响因素能力表
- 346图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司流动资产表
- 346图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司固定资产表
- 347图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司无形及其他资产表
- 347图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司流动负债表
- 347图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司长期负债表
- 348图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司股东权益表
- 349图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司主营业务收入表
- 349图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司主营业务利润表
- 349图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司营业利润表
- 349图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司利润总额表
- 350图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司净利润表
- 350图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司经营活动产生的现金流量
- 350图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司投资活动产生的现金流量
- 351图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司筹资活动产生的现金流量
- 352图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司每股份指标表
- 352图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司获利能力表
- 353图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司经营能力表
- 353图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司偿债能力表
- 353图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司资本结构表
- 353图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司发展能力表
- 354图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司现金流量分析表
- 354图表：1999年8月-2007年10月工业增加值月度同比增长率
- 397图表：1999年8月-2007年10月社会消费品零售总额月度同比增长率
- 398图表：1999年1-8月-2007年1-10月固定资产投资完成额月度累计同比增长率
- 400图表：1999年8月-2007年10月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率
- 401图表：1999年8月-2007年10月居民消费价格指数

402图表：1999年8月-2007年10月工业品出厂价格指数

404图表：1999年8月-2007年10月货币供应量月度同比增长率

406图表：2007年全国宏观经济预警指数 406

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2861428614.html>